

ILUSTRÍSSIMO SENHOR PREGOEIRO DESIGNADO PARA A
CONCORRÊNCIA Nº 02/2019 PROMOVIDO PELA SECRETARIA DE
ESTADO DE COMUNICAÇÃO – SECOM/DF

Processo nº 04000-00000184/2019-12



DIGITAL CONSULTORIA E PUBLICIDADE LTDA (“Recorrente”), pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 04.837.800/0001-12, com sede no Setor de Clubes Esportivo Sul, Trecho 03, Lote 03, Conjunto 05, Parte A (4,89 km), Brasília/DF, CEP 70.200-003, neste ato representada por sua Sócia Administradora, Adriana Moya Pereira, brasileira, casada, publicitária, portadora do RG nº 20.387.240 SSP/DF e do CPF nº 134.320.208-64, vem a presença de V. Senhoria apresentar **RECURSO ADMINISTRATIVO** contra o resultado do julgamento das propostas técnicas apuradas em Sessão Pública de 28/02/2020, disponibilizado no DODF do dia 02/03/2020, que classificou a empresa **TALK COMUNICAÇÃO INTERATIVA LTDA (“Recorrida”)**, pelos fatos e fundamentos que seguem.

1. OBJETO DO CERTAME E TESE RECURSAL

A empresa Recorrida participou do presente Pregão Eletrônico nº 02/2019, que tinha como objeto a “contratação de empresa prestadora de serviços de comunicação digital para atender as necessidades da Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal e dos Órgãos da Administração Direta do Governo do Distrito Federal.”

Após a apresentação da proposta técnica, a Recorrida restou classificada em segundo lugar. Ocorre que, conforme se passará a demonstrar, a proposta técnica apresentada jamais deveria ter sido recebida, por não ter sido entregue com toda a documentação necessária, bem como a atribuição de pontuação à Recorrida foi realizada sem a devida motivação ou justificativa, o que remonta para uma desobediência ao edital, justificando-se a revisão da pontuação a ela conferida.

2. MÉRITO RECURSAL

a. Ausência de justificação das pontuações atribuídas à Recorrida

O edital de abertura da Licitação, em seu item 20.4 e seguintes indica como serão avaliadas as propostas técnicas apresentadas pelas concorrentes:

20.4. Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Especial de Licitação na segunda sessão, serão adotados, nesta precisa ordem, os seguintes procedimentos:

a) encaminhamento, pela Comissão Especial de Licitação à Subcomissão Técnica, de todos os Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Digital - Via Não Identificada), acompanhados dos questionamentos relativos à Proposta Técnica, se for o caso, e das respectivas respostas, sem identificação de autoria;

b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Digital - Via Não Identificada), de acordo com os critérios especificados neste Edital;

c) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Digital - Via Não Identificada) e de planilha com as pontuações **e justificativas das razões que as fundamentaram**, e encaminhamento desses documentos à Comissão Especial de Licitação, na devolução dos Invólucros nº 2;

d) somente após o recebimento dos documentos e dos Invólucros nº 2, mencionados na alínea anterior, ocorrerá o encaminhamento, pela

Comissão Especial de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 4 (Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Digital) das licitantes habilitadas;

e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 4 (Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Digital) das licitantes habilitadas, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

f) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 4 (Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Digital) e de planilha com as pontuações **e justificativas das razões que as fundamentaram**, e encaminhamento desses documentos à Comissão Especial de Licitação, na devolução dos Invólucros nº 4. 20.4.2. As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 20.4 conterão respectivamente a pontuação de cada membro da Subcomissão Técnica para cada subquesto do Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificadas e as pontuações, de cada membro, para os quesitos Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Digital.

Não obstante a disposição acima colacionada, que está expressa em edital, a Comissão Especial de Licitação se limitou a apresentar as pontuações conferidas aos participantes do certame, não tendo apresentado qualquer justificativa na atribuição das referidas pontuações.

Além do disposto no edital, que faz lei entre aqueles que participam do certame, inclusive os aplicadores, é importante salientar que o ato administrativo deve ser motivado, conforme determina o artigo 50 da Lei 9.784/99, sob pena de ser considerado nulo. Igualmente, e com o intuito de resguardar a motivação e garantir a impessoalidade do ato administrativo de atribuição de pontuação, o edital de concorrência 02/2019 determinou a necessária justificação da atribuição de pontos do julgador.

Isso se faz necessário porque o julgamento é subjetivo, relativamente a cada avaliador, que poderá considerar se os participantes adimpliram ou não os

objetivos dispostos no edital e necessários à obtenção da pontuação relativa ao item. Mas, por outro lado, não pode ser extremamente subjetivo a ponto de inviabilizar o conhecimento dos motivos que justificaram determinada pontuação.

Nesse sentido, é possível observar, dos documentos de “detalhamento das notas”, que somente se divulgaram as pontuações recebidas por cada participante, sem que se justificasse tal pontuação.

Assim sendo, têm-se caracterizadas violações aos termos do edital e ao princípio administrativo da motivação, tornando inclusive impossível aos concorrentes que sejam avaliadas e fiscalizadas as pontuações atribuídas pela Comissão.

Portanto, faz-se necessária a imediata apresentação pela Comissão de todas as justificativas para as pontuações atribuídas, a fim de que se possibilite identificar critérios objetivos a estas avaliações, viabilizando eventual revisão das notas atribuídas.

b. Equívoco na apresentação do quesito: Capacidade de Atendimento (item 1.5.2 do Edital) – Informações prestadas além daquelas indicadas pelo Edital de Licitação – Identificação da Concorrente

Quanto à Capacidade de Atendimento, o edital da licitação assim dispôs:

1.5.2. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar:

a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, para os quais desenvolveu soluções de comunicação digital, com a especificação do

início de atendimento e do objeto do contrato ou do serviço prestado a cada um deles.

b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome formação acadêmica e experiência) dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação.

c) infraestrutura, instalações e recursos materiais da licitante que estarão à disposição do Contratante.

d) sistemática operacional de atendimento, meios e processos a serem adotados no relacionamento com o Contratante, considerada a prestação de serviços tanto nas dependências da contratada como nas dependências do Contratante.

Ocorre que a Recorrida apresentou os principais projetos realizados com seus clientes em desconformidade assim com o que dispôs o item 1.5.2, "a" do Edital.

O item é expreso ao indicar que, quanto à Capacidade de Atendimento, as empresas licitantes deveriam se ater à relação nominal dos seus principais clientes, com a especificação tão somente do início do atendimento e o objeto contratado ou do serviço prestado. Isso significa dizer que não havia qualquer possibilidade, nesse momento, de que a participante demonstrasse sua experiência, apresentando amplamente os projetos realizados com os clientes além da relação nominal, informações sobre o início do contrato e objeto contratado.

A Recorrida, em verdade, apresentou informações que vão além do que determina o edital, e cujo momento não era adequado. Ocorre que, a apresentação de informações adicionais acaba por possibilitar a identificação da Licitante (item 2.5, "a" do Apêndice II do Anexo I do Edital nº 2/2019), o que, por si só, já implicaria completa nulidade da sua participação no certame, que objetiva a contratação não identificada dos participantes.

Inobstante a nítida identificação da Recorrida, a partir das informações adicionais apresentadas na Capacidade de Atendimento, tal situação ainda lhe conferiu pontuação alta naquele quesito, já que, a despeito do que indicou o edital, a Recorrida se colocou em situação de desigualdade com as demais candidatas, uma vez que aquela pôde demonstrar capacidade além destas, que seguiram expressamente o dispositivo editalício.

Trata-se de clara quebra de isonomia no ato administrativo já que está se atribuindo maior pontuação àquele que descumpriu a expressa determinação administrativa em detrimento dos concorrentes que se ativeram ao que foi expressamente determinado e especificado do edital da licitação.

Mais uma vez é importante destacar que o edital de licitação faz lei entre as partes, não podendo os licitantes ou a administração pública deixar de aplicar suas regras ou ir além do que está ali explicitado sob pena de usurpar a razão de ser do próprio certame.

Ademais, segundo apêndice II do Anexo I do edital de licitação, há clara limitação dos participantes quanto à apresentação dos relatos: apenas 02 (dois) relatos, cada um com no máximo 05 páginas. Ocorre que, ao fazer verdadeiro Relato de Solução no momento destinado à Capacidade de Atendimento, a Recorrida acaba por privilegiar-se na demonstração de capacidade, gerando verdadeira quebra de isonomia.

Assim, não se pode atribuir maior pontuação à licitante que, em contrariedade ao edital, apresenta critério em momento inadequado, aumentando sua possibilidade de demonstração de capacidade, quando o próprio edital limita tal demonstração.

Isso somado à nítida identificação da Recorrida com a apresentação de tais documentos torna completamente nula sua participação no certame, devendo ocorrer sua desclassificação.

c. Plano de Comunicação Digital

Existem diferenças entre o plano de comunicação e o plano de implementação/orçamento. São elas:

- 1) Na lista de peças corporificadas e não-corporificadas não vemos vídeo, vinhetas, transmissão ao vivo, ação com influenciadores. Mas no plano de implementação e orçamento, há vídeos, vinhetas, transmissão ao vivo e ação com influenciadores.

Descrição	Ambiente receptivo responsável, que será utilizado pelo cidadão para solicitar serviços e sugerir ações do SOS DF. Nesse ambiente, também será possível acompanhar a prestação de contas dos serviços já executados nas diversas etapas de atuação do programa.		
Finalidade	Ser um canal para abertura de chamadas e concentrar as informações sobre o SOS DF.		
Função técnica	Ambiente Inceptivo (Institucional)	Público-alvo	Cidadãos do Distrito Federal
Peça 3: Banner "Lâmpada"			
Descrição	Banner animado sem áudio e sem interação. Resumo: projeção da iluminação pública com a lâmpada acesa. Lâmpada feita, placa rapidamente e, finalmente, se apaga. Entra texto: "Quantas pessoas são beneficiadas por fazer essa lâmpada?". Entra música de fundo, "SOS" na lâmpada e ela volta a acender. Entra texto: "Uma vida". Entra texto com assinatura: "Conheça a plataforma SOS DF. Seu novo canal para um DF melhor. Melhor pra você. Melhor agora." Marcas SOS DF e GDF.		
Finalidade	Divulgar o lançamento da plataforma SOS DF.		
Função técnica	Lançamento	Público-alvo	Cidadãos do Distrito Federal
Peça 4: Banner "Filtro"			
Descrição	Banner animado sem áudio e sem interação. Resumo: Filtro de um litro com muito óleo, garfos secos, etc. Animação simulando a escolha de filtros nos armários. Na quarta mudança, entra um filtro amarelo que se desliza em círculos como o da marca do GDF. Junto com animação, fala se rapidamente no mesmo local limpo, vêm a vegetação aparada e o garfo de ser. Entra texto: "Conheça a plataforma SOS DF. Seu novo canal para um DF melhor. Melhor pra você. Melhor agora." Marcas SOS DF e GDF.		
Finalidade	Divulgar o lançamento da plataforma SOS DF.		
Função técnica	Lançamento	Público-alvo	Cidadãos do Distrito Federal
Peça 5: Banner "Ferramenta digital"			
Descrição	Banner animado sem áudio e sem interação, também utilizado em formatos estáticos. A partir do mesmo conceito de modo a linguagem digital em situações reais do programa SOS DF, o banner apresenta a plataforma de forma mais ampla, informando sobre o novo canal e gerando curiosidade no usuário. A linguagem será adaptada para veiculação segundo o plano de mídia e utilização nos pontos das redes sociais.		
Finalidade	Divulgar o lançamento da plataforma SOS DF.		
Função técnica	Lançamento	Público-alvo	Cidadãos do Distrito Federal
Peça 6: Imagem para mensagem Whatsapp			
Descrição	Imagem para envio de vídeo semanal SOS DF para a lista de distribuição do GDF. Além de apresentar o vídeo, mensagem encaminhará usuário para a nova plataforma do SOS DF.		
Finalidade	Divulgar ações do SOS DF. Divulgar resultados para prestação de contas.		
Função técnica	Lançamento e manutenção	Público-alvo	Cidadãos do Distrito Federal
Peça 7: Ambiente de administração SOS DF			
Descrição	Dashboard para o acompanhamento de demandas, por meio do qual será possível acessar informações consolidadas sobre as ações do SOS DF e gerar estatísticas detalhadas. Informações serão inseridas de um banco único, acessíveis pela Plataforma SOS DF e pelos gestores responsáveis pelas demandas.		
Finalidade	Oferecer aos gestores uma ferramenta atualizada e eficiente para a monitoração e avaliação dos resultados do programa SOS DF.		
Função técnica	Ferramentas de análise e acompanhamento	Público-alvo	Gestores do GDF e das Administrações Regionais
Peça 8: Imagem para apresentação			

Finalidade	Orientar o uso da plataforma, do acompanhamento das demandas à prestação de contas		
Função tática	Manutenção	Público-alvo	Gestores responsáveis pelo SOS DF
Ação com influenciadores digitais			
Descrição	Com base no mapa de influenciadores digitais, será feita a seleção dos cinco perfis com maior poder de alcance e engajamento para ação de parceria e republicação dos posts gerados pelos perfis. Duração: cinco semanas; a cada semana, um influenciador divulgará o SOS DF e a plataforma SOS DF.		
Finalidade	Gerar engajamento		
Função tática	Lançamento e manutenção	Público-alvo	Cidadãos do Distrito Federal
Patrocínio de Trending Topic no Twitter			
Descrição	Ação de mídia que consiste no patrocínio da hashtag #MelhorAgora. Durante todo o dia do lançamento da plataforma SOS DF, a hashtag vai figurar nos trending topics (termos mais relevantes) e levará usuários ao post fixo do GDF sobre o lançamento, bem como a outros posts que utilizem a mesma hashtag.		
Finalidade	Gerar engajamento		
Função tática	Lançamento	Público-alvo	Cidadãos do Distrito Federal
Conteúdo para redes sociais (posts)			
Descrição	Divulgação do SOS DF terá início duas semanas antes do lançamento da plataforma, preparando o terreno para a nova ferramenta com teasers. Serão publicados posts periódicos nos perfis do GDF nas redes sociais Facebook, Instagram e Twitter. Assim como a estratégia de mídia, a linha editorial das peças terá dois momentos: 1. Teaser e lançamento: duração de quatro semanas e terá como temática central a nova plataforma; 2. Apoio à campanha de reforço: além de incentivar a adoção e o uso da nova plataforma, também vai apresentar números positivos resultantes da participação da sociedade na plataforma. Os posts seguirão a seguinte programação: Facebook – às segundas e quartas-feiras; Instagram – às terças e quintas-feiras; Twitter – às segundas e sextas-feiras. Tipos de postagens: lançamento, tutoriais da plataforma, enquetes, fotos de antes e depois, depoimentos e infográficos.		
Finalidade	Estimular o uso da plataforma SOS DF e gerar engajamento		
Função tática	Lançamento e manutenção	Público-alvo	Cidadãos do Distrito Federal

Exemplos: A apresentação das peças exemplificadas acima está no suporte eletrônico, presente nesta versão sem identificação.

Descrição	Infográfico gerado a partir dos resultados do SOS DF consolidados no painel de acompanhamento de demandas. Periodicidade semanal. Publicação nos sites do GDF, da Agência Brasília, além dos perfis no Facebook, Twitter e Instagram.		
Finalidade	Divulgar ações do SOS DF. Divulgar resultados para a prestação de contas.		
Função tática	Lançamento e manutenção	Público-alvo	Cidadãos do Distrito Federal
Peça 9: Banner "Melhor agora"			
Descrição	Banner animado sem áudio e sem interação. Resumo: começa com a imagem de um local com muito alho. Slides de sentimento do formato Stories. O ícone do slide é o "O" da marca SOS DF. Texto no slide: "E agora?". Entra a moedinha de frito, "arrasta" o slide até o fim. Conforme a mecânica do slide nos atores, ícones sobem pela tela, como bolhas. Foto muda para o mesmo local com o prato aparado e a calçada limpa. Texto do slide muda para "Melhor agora". Slide se transforma na marca do SOS DF. Entra texto: "Acesse sos.df.gov.br. Sua ferramenta para levar o SOS DF aonde o DF mais precisa. Melhor para o DF. Melhor para você. Melhor agora". Marcas SOS DF e GDF ficam aparentes.		
Finalidade	Divulgar a plataforma SOS DF e incentivar o uso		
Função tática	Campanha de reforço	Público-alvo	Cidadãos do Distrito Federal

Demais peças:

Ação de endomarketing para teste da plataforma			
Descrição	Para testar a plataforma, será envolvido um seleto grupo de servidores. A situação será feita por meio de um e-mail marketing de convite com orientações sobre o procedimento para os testes. Após a interação desse grupo na plataforma, será enviado um segundo e-mail com link para formulário de feedback.		
Finalidade	Nortear desenvolvimento e melhorias da plataforma		
Função tática	Implementação	Público-alvo	Gestores do GDF, de uma RA e de entidades (Novacap, CEB e DER)
Ação de endomarketing para engajamento			
Descrição	Para engajar servidores na nova fase do SOS DF, será enviado um e-mail uma semana antes do lançamento. A peça vai apresentar um resumo das funcionalidades da plataforma e dos resultados esperados. O envolvimento prévio dos servidores busca criar um sentimento de pertencimento e de protagonismo compartilhado. No dia do lançamento, haverá outro disparo, com o convite para que acessem, conheçam e divulguem a ferramenta.		
Finalidade	Divulgação e engajamento do público interno.		
Função tática	Lançamento	Público-alvo	Os servidores do GDF, das secretarias, das RAs e de entidades.
Mensagem WhatsApp – Lançamento			
Descrição	No dia do lançamento, será enviada, para lista de distribuição de WhatsApp do GDF, uma mensagem convite para que os cidadãos acessem a nova plataforma SOS DF.		
Finalidade	Divulgar a Plataforma SOS DF e a nova fase do programa.		
Função tática	Lançamento	Público-alvo	Cidadãos do Distrito Federal
Manual orientador para gestores			
Descrição	Será elaborado um manual com informações e orientações sobre o uso da plataforma e do painel de acompanhamento de demandas. Item contemplados: estrutura básica; temas de entrada de demandas; acesso às demandas; procedimentos para atender e encaminhar; atualização do status das demandas; consultas ao painel de acompanhamento; geração de relatórios; solução de problemas. Manual sobre responsabilidade online, para possibilitar a atualização constante. Usuário poderá gerar um arquivo PDF para consulta offline, com a informação de que deverá buscar sempre a versão mais atualizada.		

Momentos Semanas	IMPLEMENTAÇÃO					LANÇAMENTO			MANUTENÇÃO			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
4. Manutenção												
4.1. Pacote de visitas												
4.2. Pacote de atividades												
4.3. Pacote de parças para redes locais												
4.4. Pacote de banners												
4.5. Pacote de divulgação com influenciadores												
5 Operação												
5.1. Mídia												
5.2. Monitoramento e relacionamento												
5.3. Influenciadores												
5.4. Conteúdo												
5.5. E-mail marketing												
5.6. Relações de mídias												
5.6.1. Análise de propriedades digitais												
5.6.2. Análise de Business Intelligence de propriedades digitais												
5.6.3. Análise de desempenho de redes sociais												
5.6.4. Análise de ações de comunicação em propriedades digitais e respectivas métricas												
5.6.5. Acompanhamento estratégico gradual de monitoramento												
5.6.6. Trabalho gradual consolidado de propriedades digitais												

As peças corporificadas foram apresentadas em diversas extensões. Houve envio de vídeo, que não era formato permitido na tabela de essenciais. Assim, considerando-se que as demais concorrentes não se valera do mesmo artifício, uma vez que não havia precisão expressa no edital, tal situação configura vantagem ilegal em relação aos demais concorrentes:

 **(61) 9999-1234**

Você também pode relatar problemas via Whatsapp. Basta adicionar o número acima à sua lista de contatos.



d. Relatos de Solução de Comunicação Digital apresentados fora do prazo estabelecido em edital – Violação ao item 1.6.2.2 do apêndice II do Anexo I do Edital.

Dispõe o item 1.6.2.2 do apêndice II do Anexo I do Edital:

[...] Os Relatos de Soluções de Comunicação Digital, de que trata o subitem 1.6.2 devem ter sido implementados a partir de 01 de janeiro de 2017. [...]

Não obstante a disposição acima colacionada, a Recorrida apresentou Relatos de Solução de Comunicação Digital de clientes que não estão abarcados pelo limite temporal expresso no presente edital de licitação. São eles: Cliente CGU e Cliente ENGIE.

Ressalte-se inclusive que, para tais relatos, a Recorrida deixou de indicar o período de implementação. Assim, não é possível atribuir à Recorrida pontuação nesse quesito, já que ambos os Relatos apresentados se encontram fora dos parâmetros do certame. Por consequência, deve ser reavaliada a pontuação atribuída à Recorrida pela Comissão Licitante.

3. CONCLUSÃO E PEDIDOS

Diante de todo o exposto anteriormente, considerando as razões apresentadas no presente Recurso Administrativo, pugna-se:

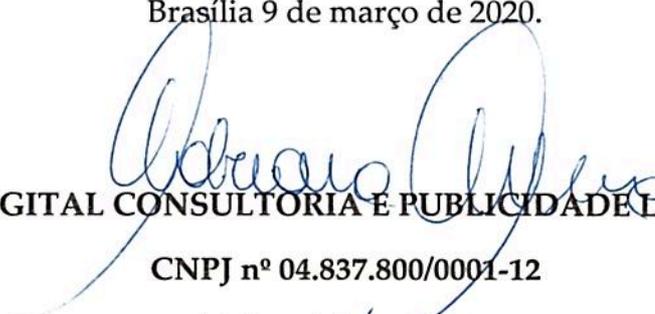
- A. Seja conhecido o presente recurso, sendo desclassificada a Recorrida uma vez que não atendeu de forma concreta e completa o que determinou o edital, indicando, em momento inadequado, os projetos realizados, adiantando assim os Relatos de Soluções de Comunicação Digital, nos termos do item 2.5.1 do apêndice II do anexo I do Edital n.º 2/2019; ou
- B. De maneira subsidiária, caso não se entenda pela desclassificação da Recorrida, que seja revista a pontuação da empresa quanto ao quesito de Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Digital, uma vez que a pontuação atribuída levou em consideração informações além das previstas no edital, bem como

avaliou Relatos fora do limite temporal expressamente previsto no edital.

- C. Na remota hipótese de não reconsideração da decisão que homologou o resultado quanto à Recorrida, requer-se a remessa das presentes razões à instância superior, nos termos do item 19.4 do edital.

Termos em que pede e espera deferimento.

Brasília 9 de março de 2020.



DIGITAL CONSULTORIA E PUBLICIDADE LTDA

CNPJ nº 04.837.800/0001-12

Adriana Moya Pereira

ILUSTRÍSSIMO SENHOR PREGOEIRO DESIGNADO PARA A
CONCORRÊNCIA Nº 02/2019 PROMOVIDO PELA SECRETARIA DE
ESTADO DE COMUNICAÇÃO – SECOM/DF

Processo nº 04000-00000184/2019-12



DIGITAL CONSULTORIA E PUBLICIDADE LTDA (“Recorrente”), pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 04.837.800/0001-12, com sede no Setor de Clubes Esportivo Sul, Trecho 03, Lote 03, Conjunto 05, Parte A (4,89 km), Brasília/DF, CEP 70.200-003, neste ato representada por sua Sócia Administradora, Adriana Moya Pereira, brasileira, casada, publicitária, portadora do RG nº 20.387.240 SSP/DF e do CPF nº 134.320.208-64, vem a presença de V. Senhoria apresentar RECURSO ADMINISTRATIVO contra o resultado do julgamento das propostas técnicas apuradas em Sessão Pública de 28/02/2020, disponibilizado no DODF do dia 02/03/2020, que classificou a empresa TALK COMUNICAÇÃO INTERATIVA LTDA (“Recorrida”), pelos fatos e fundamentos que seguem.

1. OBJETO DO CERTAME E TESE RECURSAL

A empresa Recorrida participou do presente Pregão Eletrônico nº 02/2019, que tinha como objeto a “contratação de empresa prestadora de serviços de comunicação digital para atender as necessidades da Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal e dos Órgãos da Administração Direta do Governo do Distrito Federal.”

CÓPIA